

## OLAY 无惧年龄 女性情感营销

广告主：OLAY 玉兰油

所属行业：化妆品

执行时间：2018.08.01-10.31

参选类别：数字媒体整合类

### 营销背景

OLAY 作为第一批进入中国市场的国际护肤品品牌，已被大众熟知，消费者对于 OLAY 的品牌有了比较固定的认知。但随着消费市场主力的变更，新兴消费人群的成长，OLAY 被消费者讨论的越来越少，甚至被贴上“妈妈辈的品牌”标签。近年，OLAY 通过不断对品牌年轻化进行探索，为自身打出了一场漂亮的品牌翻身战，塑造全新的品牌形象。如何让 OLAY 品牌获得更多消费者的关注和认同，将“无惧年龄”的品牌理念打入人心，是此次传播活动的重点。

### 营销目标

从理性角度上，讲述 OLAY 的产品为女性肌肤状态带来的改变，推广爆款产品；从感性角度上，通过软性内容植入，鼓励更多女性无惧年龄，追求自己想要的生活，让更多女性消费者爱上 OLAY。

### 策略与创意

基于美柚双平台 1.8 亿女性用户大数据，洞察女性群体对“抗老”等护肤话题的关注，综合发现女性对于抗老的需求突出，且关注抗老的人群越来越年轻。从女性心理状态出发，解读年轻妈妈等群体对年龄焦虑的成因，以情感大咖、辣妈 KOL、专业媒体编辑等多角度传递品牌内容，鼓励她们撕掉那些关于年龄增长固有的负面标签，用行动来诠释不同年龄背后的光彩，无惧年龄，勇敢爱，勇敢追梦。

### 执行过程/媒体表现

第一阶段：8 月——爱，无惧年龄

【联合调研】都市女性调查——都市妈妈有多害怕变老？



基于女性心理健康、面临年龄压力等角度，定制专业调查问卷，收集用户数据，深度分析女性状态，唤起改变女性惧怕年龄的现状需求，输出品牌价值主张。

【论坛活动】互动话题：对于变老你是恐惧还是无惧？



根据调研内容延伸社区话题互动，激发用户自主讨论，软性植入品牌理念，达成深度沟通。

【情感大咖访谈直播】



知名作家苏岑坐镇，以大视角关注女性发展，关爱女性成长，鼓励女性无惧年龄。通过前期在美柚号发布预热文章，活动上线苏岑在线开讲，回复网友提问，就当代女性如何摆脱年龄焦虑来支招，软性植入品牌信息，输出品牌价值主张。

## 第二阶段：9月——改变，无惧年龄

### 【H5 专题互动】

配合品牌#28天蜕变大眼小脸#推广主题，发起【OLAY28天小脸天团出道计划】，鼓励用户每天进入打卡活动进行打卡，留下打卡照片和文案，生成一张个人专属打卡海报，当打卡达到累计时间规定后，即可得到相应阶段奖品激励。让更多用户一起见证她们的蜕变历程，引导其他用户为打卡选手点赞，一起 pick 心仪之选出道。



## 第三阶段：10月——梦想，无惧年龄

### 【论坛活动】致敬不平凡的追梦妈妈，OLAY 为你加冕



配合#梦想,无惧年龄#的推广主题,发起话题讨论。当新妈妈或职场女性面临身份、职业转型等问题时应该如何应对?怎么兼顾好家庭和工作?听听她们分享的勇敢追梦故事。

【日常软性内容】KOL 种草软文/测评文章



海量优质达人资源运用,配合品牌推广节点,持续产生 WOM,引导正向口碑。

【日常软性内容】柚子测评栏目



两大主推产品——OLAY 空气大红瓶和小脸精华深度测评,以专业口碑力量为产品品质背书,提升用户对产品的信任感,直接打通电商刺激购买转化。

【日常软性内容】柚子福利付邮派发



OLAY 联合美柚推出“柚粉”专属福利，用户付邮 6 元，即可参与产品申领。用户收到产品后，撰写试用报告，后台对试用报告进行打分后产出优质报告，同步她她圈展示，实现品牌二次传播。

## 营销效果与市场反馈

本次传播活动预估曝光 1.59 亿人次，实际曝光 2.5 亿人次，完成率 156.6%；预估点击量 192 万，实际点击 287 万，完成率 149.4%。其中，【OLAY 减龄聊天室】、【KOL 美妈种草】、【OLAY 小脸天团 28 天打卡出道计划】等活动深受美柚用户欢迎，超过 10 万真实用户参与互动。试用派发项目全网去重后，近 5 万用户成功申领，助力 OLAY 品牌在全网声量快速攀升，收获了惊艳的传播效果。